

開南管理學院 九十四 年度第 二 學期 企業管理學系 二在部(夜) 科目教學計劃表

科目代碼	科目名稱	授課教師	修別	開課年級	學分數	每週時數
161030360	中文：國際行銷學	黃教文	<input type="checkbox"/> 必修 <input checked="" type="checkbox"/> 選修	二年一班	3	3
	英文：International Marketing	先修課程	行銷管理			
教學目標與內容	教學目標：以系統性的架構方式，將國際行銷傳統的學理、近年專注的議題及未來的發展趨勢，作完整而清晰的介紹。更將國際企業的國際代工、電子業全球運籌模式及兩岸三地三角貿易模式等國內企業慣用國際行銷方式詳細論述，藉由豐富的實務案例，讓學生更能掌握國際行銷的脈動與趨勢。內容：緒論、國際環境分析、國際策略、國際行銷策略、國際行銷組織結構。					
實施方法	<input checked="" type="checkbox"/> 講解法。 <input checked="" type="checkbox"/> 實作法。 <input checked="" type="checkbox"/> 討論法。 <input type="checkbox"/> 演習法。 <input checked="" type="checkbox"/> 問答法。 <input type="checkbox"/> 其他。					
評量方式	期中測驗 30%。期末測驗 35%。平時成績 35%。其他() 成績□□%。					
授課使用及參考書籍	(請按作者、書名、版別、出版商、發行地、出版年份、起訖頁數順序填寫)。					
	授課使用：張國雄著、國際行銷學、二版、前程文化、台北縣、2005年7月、P.1~P.499 參考書籍：林建煌著、國際行銷管理、初版、華泰文化、台北市、2005年2月、P.1~P.580					
科目簡介(可含大綱及教學進度)：						
預 定 進 度						
週	日期	主 題	週	日期	主 題	
1	2/24	第 1 章 國際行銷概論	11	5/5	第 12 章 國際通路策略與運籌模式	
2	3/3	第 2 章 國際經濟與科技環境	12	5/12	第 13 章 國際整合行銷溝通策略	
3	3/10	第 3 章 國際政治環境	13	5/19	第 14 章 國際廣告策略 第 15 章 國際行銷組織結構與控制	
4	3/17	第 4 章 國際文化環境	14	5/26	畢業考	
5	3/24	第 5 章 國際市場進入演變程序 第 6 章 國際策略規劃與競爭優勢	15	6/2		
6	3/31	第 7 章 國際市場進入模式與選擇 第 8 章 國際代工、策略聯盟與併購	16	6/9		
7	4/7	第 9 章 國際產品策略	17	6/16		
8	4/14	第 10 章 國際品牌策略	18	6/23		
9	4/21	第 11 章 國際訂單策略				
10	4/28	期中考				
說明：1.授課教師於學期前填寫本表，經課程委員會審核後，影印分送給教師所屬課程委員會召集人，授課班級所屬系、所及教務處課務組；並於開始上課時，將本內容向學生說明。2.本表於 91.4.23 第四次校課程委員會討論通過。 Designer jimmy						

課程委員會召集人  授課教師：黃教文

課務組
95.3.22
收文章